

《新佛乐禅歌》专辑策划书（草案）

● 理念：

《新佛乐禅歌》的理念是：真正能打动人心的佛乐禅歌。用音乐来启心扬善，颂扬佛禅之大美、大智慧、大欢喜、大慈爱。我们也坚信，真正的佛乐禅歌一定有很优美的旋律、很优美的歌词。只是需要敬仰佛禅的真正艺术家用真心去“寻找”、去创意。

● 缘起动机：

目前市场上的佛乐禅歌，要么太专业难以打动普通大众以至于无法普及，要么就笼罩着一种欺名盗世的另类和恐怖，要么就是特别着相的愚虔之作，再不然就是熏人千里外的低俗。真正能响入人心的佛乐禅歌也有，但凤毛麟角，数量上很“孤独”。原因很简单：画鬼易，画人难，画得如真人、甚至比真人更真，则为难上之难！明知山有虎偏向虎山行，我们执意用真心和慧心，汇聚一流的艺术创意能力来填补这一空白。

倘若佛禅果真大美无比、大道无形、大爱无疆，就一定有真正的佛乐禅歌能感动过去不曾、或不愿被其感动的人群。确切地说，不是有没有的问题，是有没有这个品味和信心做出来的问题。果真能创意、寻找到这样的音乐，便是上上功德。

● 内容：

本专辑策划有 12 首音乐作品，其中 8 首是歌曲，4 首是纯音乐。

音乐：12 首曲子将寻找一流的、能充分展现佛乐禅歌大美本音的音乐家来创作。

歌词及音乐文案：由独立艺术策划人、中国首位文字艺术监理师、佛禅诗人、

浪漫格律诗词创意家黄胤然先生创意填写，策划是 8 首歌（另外 4 首是属于同一个风格的纯音乐）。

人声部分：策划为男声独唱、女生独唱、及男女合唱和群唱几种，以体现本专辑的丰富性，及对广泛的受众需求的适应性。

● 目标群体：

《新佛乐禅歌》的主要目标客户群是 18-30 岁的年轻人，他们是对音乐和歌曲最挑剔、也是用过去那种“着相”和另类的佛教音乐最难打动的人群。

同时，其他年龄段的人群也是普及的对象。

各种禅修中心、灵修中心、寺庙、会所、法会、仪式、晚会等等，都是本专辑音乐普及应用的平台。

● 投资：

本专辑是半盈利、半公益性质的音乐专辑，主要成本项目罗列如下：

- **音乐创作：**一流的音乐家创作这 12 首曲子的作曲、编曲部分的费用，这也是关乎本专辑是否是真佛乐禅歌，以及能否传世的 2 个关键要素之一。
- **歌词及专辑音乐文案创意：**此部分是另外一个关乎本专辑成功与否的关键。由《新佛乐禅歌》的创意策划人黄胤然先生前期免费创意，但要和投资人按比例共享《新佛乐禅歌》专辑的所属相关版权及执行权力。
- **视觉呈现设计、印刷及 CD 刻制费用：**由相关音像出版制作公司负责。
- **演奏费用：**演奏家为本专辑的演奏费用。
- **人声费用：**男女及合唱歌手的费用。目标是寻找音色纯正、实力不凡的二线歌手担纲。当然，因为本专辑是半公益性的佛乐禅歌专辑，不排除有一、二线歌星免费唱诵的合作可能。

- **录音及缩混合成：** 在专业录音棚进行后期人声录入、缩混合成等费用。
- **其他：** 投资费用还包括其它一些必要的运作及创意执行费用（比如需放入高端礼品级别 CD 里的绕山转湖祈福佛卡等人工、差旅费用）。

为确保执行效率，投资人总人数以不超过 3 人为宜。总投资预计为 XX 万元，前期只投资 2 首黄胤然先生已经创意完成的、颇受各方好评的《欢喜》、《禅歌》的作曲、编曲、歌唱及后期混音制作成成品，作为试探市场的 2 首 Pilot 产品。（2 首歌词见本策划附录）

● 品宣模式（设想）：

尽可能利用音乐和歌曲本身的独特品位和价值来进行多渠道、多系统地推广。

比如：2 首音乐伴奏带制作好后，可依托中国原唱音乐基地等类似网站组织，面向全体社会征集歌曲原唱，推选出最适合的男声和女声各一名灌制合成最后歌曲成品。

利用原唱歌手的线上、线下的海选，以及免费歌曲的赠送、下载，扩大新佛乐禅歌的实际普及面，为后续商业 CD、极品 CD 及其他盈利性活动做铺垫。

品宣语：（举例，后期再定制创意）

1. 原来佛乐禅歌可以这样优美。
2. 真正能打动 80-90 后的佛乐禅音。

● **盈利模式：**

本专辑定位为半公益半盈利的佛禅音乐作品。盈利模式的构成主要有 CD、彩铃、音乐歌曲使用、今后可能的品牌借用及加盟等几种

A. 音乐 CD。

音乐 CD 分为 3 类：

- 1. 积善弘音赠送类：**此类为免费 CD，普通制作，普通包装，印刷赠送类音乐文案。但一定要保证 CD 播放质量，包装可简，质量不可降。本类制作费用可采取在统一简易包装上寻求个人或单位冠名积善捐助的模式来解决，确保可持续性制作印刷及赠送。此类 CD 应该是数量最多的，一是践行、完成我们初始的用纯美之音乐弘扬佛禅本真之大美的宏愿，二是此免费 CD 本身的有缘赠送也是对本专辑的品宣。但操作中应控制数量和范围，以不影响其它 2 种 CD 的正常销售为宜。
- 2. 普通商业售卖类：**此类 CD 售价在 30-50 元左右，设计制作和目前市场上的普通音乐 CD 相仿。音乐文案为普通商业类。
- 3. 极品商业售卖类（高端礼品）CD：**此类 CD 为最高质量制作印刷，数量为 468 张，单张售价为 468 元。取意佛家四圣谛、六根识尘、八正道等数字。音乐文案为极品商业类。每张 CD 精致礼品盒里放入徒步转山环湖的定制限量版祈福佛卡。绕山环湖的可选对象为藏区冈底斯神山、仙乃日神山、青海湖、台湾日月潭，以及日本和歌山燃烧了千年佛烛的寺庙等等。以增加极品佛乐禅歌 CD 的含金量，和独一无二的保值性。此创意是目前国内之首创，源于 2011 年 8 月 29 日黄胤然先生只身徒步 8 小时 38 分绕藏区仙乃日圣山转山时，创意的祈福卡片。

说明：因真佛极禅不着相，故本专辑 CD 不求所谓“开光”一说。

B. 专辑内音乐歌曲的使用。

有两种类别的使用：不同歌曲可免费供给相应不同公益性的法会、活动、

晚会使用；但对盈利性质的晚会、宴会、法会等的使用需收取相关使用费用。

C. 彩铃

专辑内的音乐歌曲可制作成音乐彩铃的形式和移动、电信、及联通等合作，开通彩铃盈利模式。

● 疑问解释：

1. 音乐和歌曲乃六识之一徒乱心而已，与修行无益。

解释：

佛教音乐本源于古印度吠陀时代，称为梵呗音乐，是佛教徒以短偈形式赞佛唱佛的颂歌，释迦牟尼也提倡用音乐作为修行的辅助法门和工具，并不排斥音乐和歌曲。

目前还是有很大的佛乐禅歌的市场需求，存在自有其道理。

另外，若要细论，文字其实比音乐更具象，错误的文字比音乐和歌曲更易乱心、生惑、阻修。所以释迦牟尼佛起初并不愿意弟子们记录他教化的言语，就是怕时过境迁、情景相异，各人各代层级不一、理解有二，翻译的流传更是如此，担心越学离佛禅真谛越远，反而是误导众生。最后是迫不得已而许传文字，因为不传更糟。传到如今，各类翻译经书究竟离释迦佛菩提悟道那一刻的真谛有多远，千年以来，也一直是信徒和学者们孜孜以求的使命，也许只有真悟者方能洞其一二。

与时俱进，感化当下众生，音乐歌曲是最方便也是最高雅的工具，相对于文字，也更不着于具相，音乐弘法，反而得其所长。己所不善，勿愚见挡道，阻善者智为。

再者，对比基督教音乐来说，贝多芬、舒伯特、莫扎特等世界一流音乐大师为基督教谱写的音乐就足以说明：音乐和歌曲，这种艺术的外衣可以把基督教装扮得更加圣洁、庄严和优美！为什么佛和禅不可以这样圣洁、庄严、优美？！

对大多数中国人而言，佛禅似乎更容易普及，但非常遗憾的是我们的佛乐禅音，相比基

督教音乐，无论从数量还是从质量上，可以说是穷酸而粗陋，这也许与我们曲解佛意、固步自封、唯我自大的愚痴和落伍分不开。所以，对于佛禅之虔诚而智慧的真修者而言，责无旁贷，这一课，必须补上。

2. 佛乐禅歌由佛教协会或正规寺庙出品，由法师来创意是否更好？

解释：

术业有专攻，人应各司其天命和天赋而为。既然是佛乐禅歌，乐和歌乃属音乐艺术，当由敬仰佛禅的艺术家们来创意为好。

况且，中国传统佛乐和道乐都尊三国时期的陈思王曹植为开山祖师，因其根据中国音律、语言、欣赏及审美定式和习惯改编印度原始梵语梵音而创制的鱼山梵呗音乐，同时被中国佛教界和道教界公推为各自法门音乐的源头。而曹植既不是佛门中人，也不是道行之士，他其实就是当时顶级的时尚音乐家、和文字创意家，乃我士大夫文人是也。既然他的这种模式被当时推崇、被后世认同、被当今中国佛道尊为本宗音乐鼻祖，为何不能被现今仿效、甚至超越？

如硬要把艺术家根据其佛悟程度分三类：尚未皈依入门的 - 原始人，已皈依在路上的 - 知识人，已开悟了的 - 自由人，也许自由人和原始人更容易创意出我们需要的、高境界的佛乐禅歌来：太过虔诚，不敢自由，反是着相，流于拘谨俗虔；所知太多，又没知透，反为知障。艺术需要一种自由，无论是自由的自由还是原始的自由，真理和境界是佛指所指的月亮，而不是佛指本身。

附录一：禅歌

禅歌

黄胤然

A1:

双脚走过绿水青山，
一路云和烟；
只身历尽千难万险，
你在山之颠；
佛祖指着天上的月，
孤独了千年；
佛祖笑着你的笑脸，
只因月落在心田。

(因为你把月亮落在人心里面)

A2:

缘生缘灭空中的莲，
无花香还在；
风吹幡动我心不动，
悠悠天地间；
菩提烦恼未来从前，
你不落两边；
空也不落在空之外，
心不系住在心间。

(因为那颗心呀不住在心里面)

B:

三界八风吹不败，
五瓣禅花开；
十方四谛谁安排，
真如我自在；
闭上眼看见如来，
轻轻再将它忘怀。
(再把它忘怀)

或者B:

三界八风吹不落，
无形的翅膀；
六尘四谛称不出，
缘起的重量；
闭目看见佛的光芒，
轻轻再将它遗忘。
(再把它遗忘)

C: (合唱或吟诵)

菩提本无树，
明镜亦非台；
本来无一物，
何处惹尘埃。

附录二：

欢喜

黄胤然

A1:

日落星灿烂
月出星光浅
菩提树叶下
敲醒谁的缘

A2:

纷繁中的缘
仿佛找不见
苦乐和悲欢
不近也不远

B:

黑暗有光明一片
忽明忽现
你睁大双眼
所以总看不见
天地有大美无言
无言在心间
心中的大爱无边
无边水和山

A3:

空中无数个念
生死转成圆
谁在后谁在前
风聚风吹散

A4:

看水还是那水
看山还是那山
看不见自己
谁知在哪边

重复B

A5:

欢乐出心田
拈花的笑脸
醒来那一刻
白云飞上蓝天
或：白云在蓝天

如有意愿投资、赞助此项目，请和我们联系洽谈合作细节：

手机：138-0101-1448

QQ:danielyrh@163.com

吉祥如意！

项目策划创意人：

黄胤然

独立艺术策划人、中国首位文字艺术监理师

“文字艺术监理”、“文字艺术优化”

“双章书法”、“胤然体歌词”首倡者

中国音乐著作权协会会员、欧美同学会会员

惠风诗社社长、《境·界》杂志总编



胤然文字机构 - 致力于文化境界、高端文字创意

MPM

www.poemaster.com